

Gevraagd: betere informatie van de overheid over dreigende ontwikkelingen in het aanbod van drugs

Dave Gelders, René Patesson, Sofie Vandoninck, Pascale Steinberg, Sara Van Malderen, Pablo Nicaise, Brice De Ruyver, Isidore Pelc, Mohan Dutta, Keith Roe en Freya Vander Laenen *

Om het potentieel gevaarlijk aanbod van oude en nieuwe drugs te kunnen opsporen en daarop snel te reageren, werken de lidstaten van de Europese Unie tegenwoordig met een 'early warning system'. Zo'n systeem moet goed kunnen communiceren. Wij onderzochten de communicatieve prestaties van het Belgische systeem. Het kan beter, zowel wat algemene persberichten betreft als de interactie met specifieke doelgroepen.

* Ten tijde van het onderzoek (2006-2008) vervulden de auteurs de volgende functies:

Prof. dr. D. Gelders, docent bij de School voor Massacommunicatieresearch van KU Leuven. E-mail: dave.gelders@gmail.com.

Prof. dr. R. Patesson, hoogleraar bij het Centre de Psychosociologie de l'Opinion, Institut de Sociologie van Université Libre de Bruxelles.

Drs. S. Vandoninck, onderzoeker bij de School voor Massacommunicatieresearch van KU Leuven.

Drs. P. Steinberg, onderzoeker bij het Centre de Psychosociologie de l'Opinion, Institut de Sociologie van Université Libre de Bruxelles.

Drs. S. Van Malderen, onderzoeker bij het Institute for International Research on Criminal Policy van Universiteit Gent.

Drs. P. Nicaise, onderzoeker bij het Laboratoire de Psychologie Médicale, d'Alcoologie et d'Études des Toxicomanies van Université Libre de Bruxelles.

Prof. dr. B. De Ruyver, hoogleraar bij het Institute for International Research on Criminal Policy van Universiteit Gent.

Prof. dr. I. Pelc, hoogleraar bij het Laboratoire de Psychologie Médicale, d'Alcoologie et d'Études des Toxicomanies van Université Libre de Bruxelles.

Prof. dr. M. Dutta, hoofddocent bij het Department of Communication van Purdue University.

Prof. dr. K. Roe, hoogleraar bij de School voor Massacommunicatieresearch van KU Leuven.

Dr. F. Vander Laenen, postdoctoraal onderzoeker bij het Institute for International Research on Criminal Policy van Universiteit Gent.

Inleiding

Hoe kan de nationale communicatie via het Belgische 'early warning system' B-EWS worden verbeterd? We antwoorden op deze vraag op basis van een studie die kaderde binnen het Onderzoeksprogramma ter ondersteuning van de *Federale beleidsnota drugs*, in opdracht van en gefinancierd door de Programmatorische Overheidsdienst Wetenschapsbeleid (voor het volledige rapport zie Gelders e.a., 2008). Sinds 1997 ondersteunen het Europees Waarnemingscentrum voor Drugs en Drugverslaving (EWDD) en de Raad van Europa de oprichting en werking van 'early warning systems' (EWS) in de verschillende lidstaten van de Europese Unie (EMCDDA, 2002). Bedoeling is het opsporen van nieuwe (gevaarlijke) trends in drugsgebruik en het snel en efficiënt uitwisselen van informatie over deze trends met betrekking tot productie, handel, gebruik en risico's verbonden aan het gebruik van alle psychoactieve stoffen die een ernstig gevaar vormen voor de volksgezondheid.

De nationale 'focal points' zijn verantwoordelijk voor de implementatie van een 'early warning system' in hun land. Deze 'focal points' sturen een nationaal 'early warning'-netwerk aan, dat bestaat uit een werkgroep met experts in de drugssector. In de meeste lidstaten zijn verscheidene diensten en actoren lid van het netwerk. In België bijvoorbeeld bestaat het nationale 'early warning'-netwerk uit politionele en gerechtelijke diensten, 'sub-focal points' (VAD in Vlaanderen, Eurotox in de Franstalige gemeenschap, Sozial Psychologisches Zentrum voor de Duitstalige gemeenschap en Overleg Drugs Brussel voor het Brussels hoofdstedelijk gewest), toxicologische, forensische en klinische laboratoria, spoeddiensten, hulplijnen, antigifcentrum, het kabinet van de minister van Volksgezondheid en de minister van Justitie. De verantwoordelijkheid voor het B-EWS, en dus het voorzitterschap van de genoemde werkgroep, ligt bij het Wetenschappelijk Instituut voor de Volksgezondheid (WIV) van de Federale Overheidsdienst (d.i. het ministerie) Volksgezondheid.

Het WIV stuurt (per e-mail) twee typen waarschuwingsberichten uit.

- Berichten via het persagentschap Belga naar de pers, bedoeld voor berichtgeving naar het brede publiek. Het gaat hierbij om zeer dringende berichten over een reëel gevaar voor de volksgezondheid. Alle informatie is geverifieerd.
- Berichten voor professionals uit de gezondheids- en veiligheidssector. Het gaat hierbij zowel om dringende als minder dringende berichten. Sommige informatie is mogelijk (nog) niet geverifieerd (Van Der Biest & Walckiers, 2004).

Het 'early warning system' in België is niet alleen gericht op nieuwe gevaarlijke drugs, maar verspreidt ook waarschuwingen inzake drugs die reeds zijn verschenen op de markt, waarschuwingen inzake gevaarlijke combinaties van drugs of waarschuwingen inzake bekende drugs die voorkomen in zeer hoge doses (Lamkaddem & Roelands, 2009). In dit geval wordt rekening gehouden met de kenmerken van de drug, de vindplaats en de tijd om al dan niet een waarschuwing te verspreiden.

Methode

We gingen na in hoeverre een specifiek waarschuwingsbericht het brede publiek en bepaalde doelgroepen had bereikt. Met behulp van een telefonische survey ondervroegen we 1.717 respondenten (936 Nederlandstaligen en 781 Franstaligen) tussen 15-65 jaar over het hele land, op het moment dat zich een drugsgerelateerd incident voordeed en er een waarschuwingsbericht werd uitgezonden. De steekproef werd getrokken op basis van representatieve quota van de Belgische bevolking voor wat betreft sekse, provincie en het type telefoonlijn (mobiel 25% en vaste lijn 75%).

Tevens analyseerden we de inhoudelijke en visuele kenmerken van (alle relevante) 199 artikelen uit 13 Nederlandstalige en Franstalige kranten tussen januari 2003 en maart 2007. Het gaat niet per definitie om een waarschuwing over een nieuwe gevaarlijke drug, zoals eerder toegelicht. Het ging om artikelen die verschenen naar aanleiding van een waarschuwingsbericht verzonden door het WIV via het Belgisch persagentschap Belga. We selecteerden de artikelen op basis van de trefwoorden 'WIV', 'waarschuwing', 'volksgezondheid' en 'drugs', verschenen vanaf de dag dat het waarschuwingsbericht werd uitgestuurd door het WIV, tot en met de zevende dag erna. Ter controle zochten we tevens artikelen op het trefwoord 'volksgezondheid' in combinatie met de specifieke naam van de drug die centraal stond in het waarschuwingsbericht (zoals MDMA, cocaïne en atropine).

Voorts namen we in elk landsdeel acht focusgroepsinterviews af, enerzijds onder de bij het EWS betrokken beroepsbeoefenaren (gezondheidszorg, politie/justitie, journalistiek) en anderzijds onder groepen uit de zogenaamde algemene bevolking (jonger dan 18, 18- tot 25-jarigen, drugsgebruikers op festivals, drugsgebruikers in het uitgangsmilieu, ouders/volwassenen). De selectiecriteria voor en de uiteindelijke samenstelling van elke groep worden uitgebreid toegelicht in Gelders e.a. (2008, p. 128-134). Onder de beroepsbeoefenaren betrokken we zoveel mogelijk relevante functies uit de genoemde sectoren op nationaal, regionaal en lokaal niveau, zoals drugspreventieme-

dewerkers, justitieassistenten, spoedgevallensartsen, drugsrechters en journalisten die waarschuwingskrantenartikelen schreven. We stelden de groepen uit de algemene bevolking zo evenwichtig mogelijk voor wat betreft hun opleidingsniveau en geslacht. We benaderden en bereikten over het algemeen niet-gebruikers, sporadische én regelmatige drugsgebruikers, mensen uit diverse beroepscategorieën en mensen uit het stadscentrum en uit de deelgemeenten.

Resultaten

WEINIG BEREIK

Uit onze telefonische enquête blijkt dat slechts 7% van de Belgische bevolking het waarschuwingsbericht naar aanleiding van een specifiek incident in de kranten had opgemerkt. Dit kan enerzijds worden verklaard door het feit dat dergelijke massamediale communicatie niet de meest optimale weg vormt om specifieke doelgroepen te bereiken (waarover straks meer), en anderzijds door de geringe aandacht die dergelijke berichten in kranten krijgen.

KORTE ZAKELIJKE KRANTENBERICHTEN

Zo tellen de onderzochte artikelen uit 2003-2007 gemiddeld 136 woorden, zijn de titels klein afgedrukt en worden slechts negen artikelen (ofwel 4,5%) visueel ondersteund door een foto of andere afbeelding. Omwille van het gebruik van lange en vooral technische woorden zijn de krantenartikelen moeilijk leesbaar. In de geanalyseerde artikelen komen instellingen veel prominenter aan bod dan personen. Als er al personen aan bod komen, dan zijn dit in de eerste plaats professionals en geen ervaringsdeskundigen.

De thema's die het meest aan bod komen zijn 'negatieve effecten/gevaren' en 'visuele kenmerken' (bijvoorbeeld kleur, grootte, vorm). Het vaakst werd door het WIV een persbericht verstuurd over MDMA (xtc), die bijgevolg de vaakst genoemde drug in de krantenartikelen is. Concreet waarschuwingen of raadgevingen voor (potentiële) gebruikers en slachtoffers komen amper voor. Ook doorverwijzingen naar hulpverlenings- of informatiediensten zijn een zeldzaamheid. Er worden voornamelijk louter feitelijke gegevens meegedeeld, zonder veel bijkomende (achtergrond)informatie.

Tabel 1. Thema's in de artikelen.					
Thema	Thema 1 (%) (N = 199)	Thema 2 (%) (N = 198)	Thema 3 (%) (N = 185)	Thema 4 (%) (N = 131)	Thema 5 (%) (N = 46)
Nieuwe drug ontdekt	24,6	8,6	0,5	0,8	0,0
Slachtoffers gevallen	7,5	10,6	3,2		4,3
Drugs in beslag genomen	21,6	9,1	9,1	3,1	2,2
Visuele kenmerken	5,5	21,2	31,7	23,7	13,0
Chemische samenstelling	2,5	5,6	7,0	15,3	15,2
Type drug	0,5	2,5	1,1	2,3	0,0
Negatieve effecten/gevaren	8,5	20,7	30,6	22,9	34,8
Analyses uit laboratoria	4,0	8,1	4,8	3,8	2,2
Waarschuwing	23,1	6,1	5,4	8,4	21,7
Drugs dealen	0,0	2,0	1,1	0,8	
Medische functie van drug	0,0	2,5	2,2	8,4	2,2
Beschrijving slachtoffers	0,0	0,0	0,5	0,0	0,0
Werking van drug op lichaam	0,0	0,0	1,1	1,5	2,2
Manier van consumeren	0,0	0,0	0,0	3,8	0,0
Andere	2,0	3,0	1,1	5,3	2,2

Een aantal bevraagde professionals is van mening dat korte zakelijke berichten zonder achtergrondinformatie geen interpretatiekader bieden en daardoor het omgekeerde effect kunnen hebben en ontvangers zouden kunnen aanzetten tot experimenteren. De krantenartikelen komen doorgaans sterk overeen met de persberichten die het WIV via Belga verstuurt: in ongeveer één op de drie krantenartikelen wordt 50% van de zinnen min of meer letterlijk overgenomen uit het persbericht van Belga.

NEGATIEF BEOORDEELDE COMMUNICATIE

De drugsgebruikers vinden dat de berichten vaak veel te laat worden verspreid. Regelmatig zijn ze al weken of zelfs maanden op de hoogte van het gevaarlijke product in kwestie alvorens er een waarschuwing in de media verschijnt. Dit doet de geloofwaardigheid van het systeem geen goed, verhoogt de onzekerheid en zet drugsgebruikers ertoe aan om zich via andere, minder betrouwbare kanalen te informeren over de kwaliteit van de producten. Omwille van de zogenoemde late verspreiding van waarschuwingsberichten en het feit dat drugsgebruikers vaak weinig vertrouwen hebben in overheidsgerelateerde instanties, beschouwen zij mondelinge informatie uit hun netwerk van kennissen en vaste dealers als de belangrijkste informatiebron (Vander Laenen & Dewree, 2008).

De meeste professionals uit de gezondheidssector en politionele sfeer kennen het systeem goed, al zijn er verschillen naar gelang de specifieke sector en de taalgroep. De meeste bevraagde journalisten weten dat er af en toe waarschuwingsberichten over drugs worden verspreid, maar kennen het EWS als zodanig niet echt. Bij de professionals uit de gezondheidssector en de veiligheidssector is er in beide landsdelen een minderheid die naar eigen zeggen de waarschuwingsberichten niet ontvangt. Van degenen die de berichten wel ontvangen, krijgt de meerderheid deze per e-mail doorgezonden, rechtstreeks van het WIV of via de 'sub-focal points' zoals VAD en Eurotox. De deelnemers die geïnformeerd worden door het WIV, hebben zich op eigen initiatief ingeschreven op de mailinglijst voor professionals.

Sommige gespreksdeelnemers uit de gezondheidszorg geven aan dat de informatieverspreiding niet alleen gebeurt vanuit het WIV of de VAD/Eurotox naar de organisaties in het werkveld ('top-down'), maar dat er ook informatie wordt opgepikt afkomstig van de drugsgebruikers en dat deze via het werkveld wordt doorgegeven aan het WIV of de 'sub-focal points' ('bottom-up'). Vervolgens wordt deze 'bottom-up'-informatie in de mate van het mogelijke geverifieerd door het WIV en al dan niet verder verspreid via het netwerk.

Het aantal deelnemers dat 'bottom-up'-informatie verschaft is echter beperkt, bovendien vinden ze het vaak moeilijk om te beslissen welke soort informatie zij moeten doorgeven en welke niet. Sommigen geven geen informatie door omdat het hen niet geheel duidelijk is hoe de procedure in zijn werk gaat (bijvoorbeeld in welke omstandigheden ze het beste informatie kunnen doorgeven, tot wie ze zich moeten richten en of ze bijkomende informatie moeten verzamelen). Velen zijn bijvoorbeeld niet op de hoogte van het bestaan van de mailinglijst van het WIV voor professionals. De verspreiding van informatie onder

professionals is te veel afhankelijk van persoonlijk initiatief. Veel professionals worden dagelijks geconfronteerd met een enorme toevloed aan informatie vanuit allerlei instanties. Het is voor hen belangrijk om in een oogopslag te zien wat de relevantie, ernst en essentie is van het bericht.

De journalisten ontvangen de waarschuwingsberichten via Belga. In de meeste gevallen krijgen de journalisten het oorspronkelijke bericht van het WIV niet te zien, doordat de redactie van Belga de berichten eerst verwerkt en dan doorstuurt naar de krantenredacties. Belga zorgt ervoor dat het bericht meer op maat wordt geschreven van de journalisten: technische of wetenschappelijke formuleringen worden eruit gefilterd, alles wordt in volzinnen gezet en het stuk met de hoogste nieuwswaarde komt bovenaan te staan. Sinds enkele jaren bestaat ook de mogelijkheid om het waarschuwingsbericht rechtstreeks te communiceren naar de krantenredacties via Belga Direct, waardoor de tussenkomst van de journalisten wegvalt.

Naast het gesignaleerde resultaat, namelijk dat de krantenartikelen nauwelijks worden opgemerkt, blijkt uit ons onderzoek dat *a* diverse betrokkenen het niet duidelijk vinden voor wie die artikelen uiteindelijk bedoeld zijn, en *b* er verschillende informatiebehoeften bestaan. Zo willen drugsgebruikers ‘meer objectieve, minder negatieve informatie’. Ze kiezen een meer neutrale toon (zie ook Butters, 2004). Niet-betrokkenen zijn eerder te vinden voor beknopte, sensationele artikelen met een persoonlijk verhaal.

Journalisten wensen als tussenschakel ‘naar het brede publiek’ (net zoals drugspreventiewerkers) informatie over de visuele kenmerken, de negatieve effecten, de lichamelijke symptomen die zich voordoen bij gebruik van het product, de straatnaam van het product en het milieu waarin het circuleert. Deze informatie lijkt hen voor de lezers/eindgebruikers het meest relevant. Verder zijn de journalisten geïnteresseerd in achtergrondinformatie over de betrokken personen en de omstandigheden van het incident. Technisch-wetenschappelijke gegevens zijn voor hen niet van belang; vaak begrijpen ze dit soort informatie niet, terwijl de andere professionals dit in hun werksituatie wel belangrijk vinden. De journalisten kiezen waarschuwingsberichten met een eenvoudiger taalgebruik en meer aandacht voor human interest (bijv. getuigenissen, beeldmateriaal). Deze vertaalslag is te weinig aanwezig, aldus journalisten en de gespreksdeelnemers uit de algemene bevolking. Daarnaast is er bij veel journalisten de expliciete vraag aan de federale overheid om de contactgegevens van experts en/of een woordvoerder duidelijker te communiceren.

Het tijdstip waarop het waarschuwingsbericht wordt uitgezonden is voor de professionals uit de gezondheidszorg (vooral voor de medische sector) en voor de journalisten van belang. In de gezondheidszorg klaagt men erover dat de informatieoverdracht na de kantooruren en in de weekends volledig stil ligt. Toch is het voor hen belangrijk om zeker ook tijdens die momenten te worden geïnformeerd. Journalisten ontvangen de waarschuwingsberichten het liefst (indien mogelijk) in de ochtend, bij voorkeur vóór 10.00 uur. In dat geval hebben de journalisten meer tijd om het bericht uit te diepen en is de kans dat het wordt gepubliceerd groter.

Aanbevelingen

DOELGROEPENCOMMUNICATIE

De belangrijkste aanbeveling is zonder meer dat het WIV met het B-EWS een doordacht doelgroepencommunicatiebeleid moet voeren. Doel- en doelgroepdenken moet verkozen worden boven het traditionele kanaaldenken. Dus eerst de vraag beantwoorden bij wie je wat wilt bereiken, en dan nagaan welke middelen je hiervoor (het best) kunt inzetten. Binnen de context van risico- en crisiscommunicatie, waarbij snelle communicatie vaak belangrijk is, is het begrijpelijk dat aan relatief snelle massamedia wordt gedacht en is efficiënte doelgroepencommunicatie des te moeilijker. Toch geven diverse resultaten aan dat het communicatiebeleid te zeer steunt op het zenden van technisch moeilijke persberichten naar generieke media. Noch de kanalen noch de boodschappen voldoen daarmee aan de verschillende communicatiebehoeften op het terrein.

Laat je dus niet verleiden door een algemeen persbericht waarbij uiteindelijk 'iedereen en niemand' kan worden bereikt. Zend alleen persberichten waarover vooraf in niet-crisistijd goed nagedacht is met betrekking tot vorm, inhoud, timing, doelgroep en doelstelling, en investeer in alternatieve kanalen die al dan niet parallel worden ingezet. Het lijkt bijvoorbeeld minstens noodzakelijk om twee typen persberichten te zenden. Ten eerste een tekst met wetenschappelijke data voor de professionals uit de sectoren gezondheid, politie en justitie. Daarbij wordt bijvoorbeeld de productinformatie bij voorkeur bovenaan in het bericht geplaatst, met inbegrip van eventueel een risicotaxatie of een kleurcodering die de ernst van de situatie aangeeft.

Ten tweede een tekst die meer op maat van journalisten is geschreven en uiteindelijk bedoeld is voor het bredere publiek, waaronder bijvoorbeeld de naaste omgeving van drugsgebruikers. Hierbij gaat het om een tekst zonder jargon, met een meer menselijke insteek, bijvoor-

beeld door gebruik te maken van getuigenissen. Door een gebrek aan een human interest verliezen lezers snel hun interesse in een artikel. Echte levensverhalen en informatie uit de eerste hand komen geloofwaardiger over dan informatie van officiële instellingen, zeker voor degenen die zelf al geëxperimenteerd hebben met drugs (Gray, Klein, Noyce, Sesselberg & Cantrill, 2005).

Om op een meer systematische manier te bepalen of communicatie noodzakelijk is en om na te gaan naar welke doelgroep(en) deze communicatie moet gericht zijn, lijkt het aangewezen om checklists met criteria te ontwikkelen, die gebruikt kunnen worden om de communicatie op een meer gestructureerde en uniforme manier te laten verlopen. Onder meer Gelders (2010) beschrijft de kernelementen van en aandachtspunten voor goede communicatieplanning. In het kader staan alvast enkele tips voor doelgroepencommunicatie (Goubin, 2002).

Basistips voor doelgroepencommunicatie

- 1 Leer de doelgroep kennen. Vervang je intuïtie of vooroordelen door goed rechtstreeks overleg met doelgroep en/of hun intermediairs, raadpleeg vakliteratuur en neem deel aan vormingssessies.
- 2 Pas je communicatiekanalen aan in functie van je communicatiedoelstellingen en doelgroepen. Waar na afloop van een campagne een website met ondersteunende informatie voor grote groepen jongeren geschikt blijkt (Burns e.a., 2010), is dit voor de meeste allochtone doelgroepen mogelijk minder het geval.
- 3 Creëer een draagvlak voor deze gerichte communicatie, zowel bij de specifieke doelgroep als in je eigen organisatie, door middel van goed en regelmatig contact met mensen uit de doelgroep of met diegenen die er vaak contact mee hebben (bij voorkeur ook met enkele opinieleiders), om gevoeligheden, lacunes, knelpunten, vooroordelen, enzovoort, op te sporen en te overwinnen. Dit geldt niet alleen voor de extern te bereiken doelgroepen. Je moet ook voldoende goodwill creëren binnen de organisatie, om aanvullende of meer gerichte communicatie-inspanningen met succes te kunnen (blijven) voeren.
- 4 Zoek intermediairs die je bondgenoot kunnen worden. Zij kunnen de noodzakelijke bruggen slaan, waar je als organisatie zelf moeilijk toe kan komen. Belangrijke succesvoorwaarden zijn dat de medewerking past binnen het takenpakket van

de intermediair en zijn eigen doelstellingen, zijn houding tegenover de overheid, zijn bewustzijn van die communicatietask, zijn inschatting van de eigen communicatiemogelijkheden en voldoende betrokkenheid van de intermediairs bij ontwikkeling van beleid en communicatie (zie Harmsen, Woudenberg, Elsmann-Domburg & Gutteling, 2003). Volg ook goed op in welke mate de intermediairs die communicatietask opnemen, en koppel tussentijds terug en stuur bij waar nodig en mogelijk.

- 5 Detecteer alle mogelijke barrières. Het concreet benoemen van de intellectuele, psychologische, sociale, culturele en materiële drempels van je doelgroepen is essentieel in het gericht bepalen van gewenste en haalbare communicatie-effecten en de noodzakelijke communicatiestrategie.
- 6 Test vooraf je communicatieaanpak (zoals kernboodschappen, teksten, beeldmateriaal, kanalen, timing) bij de doelgroep. Dit geldt eens te meer voor doelgroepen waarvan je zelf geen deel uitmaakt en je inlevingsvermogen per definitie beperkt is (bijvoorbeeld kansengroepen). Hiermee ben je niet verzekerd van een volledig bereik of een uitsluitend positieve waardering voor je communicatie, maar het voorkomt wel grote communicatieblunders.
- 7 Communicatie met (moeilijk bereikbare) doelgroepen is een aanhoudend leerproces. Je leert continu bij door (rechtstreeks of onrechtstreeks) contact met de doelgroepen, wier situatie bovendien ook kan veranderen in de loop van de tijd.

Dat verdere verfijning van doelgroepen en aangepaste communicatie noodzakelijk is, blijkt bijvoorbeeld uit recent onderzoek van Crano, Siegel, Alvaro en Patel (2007), waarbij zelfs binnen de groep van niet-gebruikers een belangrijk onderscheid naar risicogevoeligheid moet worden gemaakt met het oog op succesvolle persuasieve communicatie.

Zoals diverse auteurs aantonen (geciteerd in Gelders, 2010), kunnen massamediale voorlichtingsmiddelen effectief zijn om algemene maatschappelijke problemen bij een relatief heterogene en omvangrijke doelgroep onder de aandacht te brengen. Maar als je concreter en in twee richtingen wilt communiceren met specifieke groepen, zoals met professionals uit de gezondheids- en veiligheidssector of met

(potentiële/experimentele) drugsgebruikers, dan kun je het beste zorgen voor weloverwogen doelgroepencommunicatie met interpersoonlijke voorlichtingsmiddelen, gecombineerd met andere maatregelen (sancties of beloningen), zeker als je de houding en/of het gedrag van je doelgroepen wilt veranderen (bijvoorbeeld als je drugsgebruikers wilt overtuigen omzichtig om te gaan met een nieuwe drug, politiediensten wilt aanzetten om informatie te delen).

Die meer op maat gemaakte communicatie kan bijvoorbeeld bestaan uit aanwezigheid op events waar de te bereiken doelgroepen present zijn: bijvoorbeeld op fuiven, festivals of andere dance-events, informatieavonden in scholen of in jeugdbewegingen. Hier kunnen ervaringsdeskundigen een belangrijke en geloofwaardige rol spelen en kunnen bijvoorbeeld affiches, flyers en e-displays beschikbaar worden gesteld. Op maat gemaakte communicatie kan - zeker om jonge experimentele gebruikers te bereiken - ook vorm krijgen via nieuwe (social) media zoals internet en sms.

De overheid zou een brede website kunnen ontwikkelen waarop zowel drugsgebruikers ('bottom-up') als wetenschappers en professionals uit de gezondheidssector ('top-down') informatie met elkaar kunnen uitwisselen, bijvoorbeeld via een online-forum. De waarschuwingsberichten zouden op deze website kunnen worden gepubliceerd, en zij die dat wensen zouden zich via de site kunnen inschrijven op een mailinglist om het waarschuwingsbericht rechtstreeks in hun mailbox te ontvangen. Zeer dringende berichten zouden eventueel via sms kunnen worden verspreid. Vanzelfsprekend moeten de ontvangers hiervoor vooraf, eventueel via de website, expliciet toestemming hebben gegeven.

BETERE PERSBERICHTEN

Als via de pers wordt gecommuniceerd, probeer dan zo goed mogelijk bereikbaar te zijn, zelf ook contacten met journalisten te onderhouden (niet alles uit te besteden aan een persagentschap) en houd onder meer rekening met de volgende aspecten. Wat betreft inhoud en vorm:

- zorg dat, als bepaalde informatie in het bericht zeer essentieel is, het bericht dusdanig geformuleerd wordt dat dit uit de informatie zelf blijkt en je dus niet te veel 'richtlijnen' hierover aan de journalisten moet geven;
- kies voor een levendiger taalgebruik;
- leg de nadruk op personen in plaats van op organisaties;
- zet de waarschuwingsberichten ook online, op een bekende en gemakkelijk vindbare website, en zorg dat de berichten gemakkelijk te vinden zijn op die website.

Wat betreft timing:

- zorg dat het tijdstip tussen het bekend zijn van een risicovolle situatie en het bekend maken aan (een) bepaalde doelgroep(en) beperkt blijft. Vertragingen van weken of maanden moeten worden vermeden;
- stuur het persbericht in de ochtend (bij voorkeur vóór 10.00 uur) naar de media;
- als je laat op de dag een persbericht hebt verzonden naar de media, verstuur je de dag erna bij voorkeur een herinneringsbericht, eventueel aangevuld met achtergrondinformatie.

AANPASSINGEN AAN NETWERK- EN INFORMATIESTROMEN

Aangezien een deel van de geïnterviewde professionals de waarschuwingsberichten niet of slechts sporadisch ontvangt, kan een uitbreiding van het netwerk nuttig zijn. Vooral in de sectoren politie en justitie is hier behoefte aan. De professionals zijn nog meer vragende partij om de informatiestroom via het netwerk meer gestructureerd te laten verlopen, bijvoorbeeld door centrale aanspreekpunten op te richten en de mailinglijst van de coördinator (WIV) meer bekendheid te geven. Tevens zouden er vanuit de coördinator betere richtlijnen en meer stimulansen moeten komen om meer en betere informatie vanuit de ‘basis’ te laten verlopen. Eventueel kan er een template worden opge maakt, dat de professionals kunnen invullen en vervolgens doorsturen naar het WIV. Mondelinge informatie kan beter zoveel mogelijk via (semi-)officiële netwerken worden doorgegeven. Dit verkleint de kans op geruchten en foutieve informatie. Laagdrempelige organisaties (zoals Modus Fiesta) kunnen deze mondelinge informatiestromen zo goed mogelijk monitoren en zelf informatie verzamelen en verspreiden, zowel mondeling als schriftelijk. Door deze mondelinge informatieoverdracht enigszins gestructureerd te laten verlopen, krijgen geruchten minder kans.

GEHEIMHOUDING VAN INFORMATIE

Wanneer informatie (nog niet) geverifieerd is door het WIV, wordt deze informatie wel via het netwerk verspreid naar professionals. Om informatielekken naar de media te vermijden en ervoor te zorgen dat geen verkeerde of onvoldoende gekaderde informatie de wereld ingestuurd wordt, kunnen afspraken gemaakt worden met de professionals uit het netwerk rond geheimhouding van dit type informatie.

Tot besluit

In opdracht van Federaal Wetenschapsbeleid bestudeerden we - als onderzoekers van de KU Leuven, ULB, UGent en Purdue University - hoe de Belgische overheid communiceert naar professionals en de algemene bevolking over drugs die via 'early warning systems' worden gedetecteerd. De overheid moet meer doelgroepgericht communiceren: ten eerste door onderscheid te maken tussen berichten bedoeld voor journalisten en de algemene bevolking enerzijds, en berichten bedoeld voor justitie, politie en gezondheidszorg anderzijds. De overheid moet voorts betere persberichten verzenden, haar netwerk uitbreiden en informatiestromen beter structureren. Bijzondere aandacht moet uitgaan naar tweerichtingscommunicatie en naar transparantie over welke actor welke informatie kan of moet meedelen, wanneer, in welke volgorde, enzovoort.

Literatuur

- Burns, J.M., Davenport, T.A., Durkin, L.A., Luscombe, G.M., & Hickie I.B. (2010). The internet as a setting for mental health service utilisation by young people. *Medical Journal of Australia*, 192, S22-S26.
- Butters, J. (2004). The impact of peers and social disapproval on high-risk cannabis use: Gender differences and implications for drug education. *Drugs: Education, Prevention and Policy*, 11, 381-390.
- Crano, W.D., Siegel, J.T., Alvaro, E., & Patel, N. (2007). Overcoming adolescents' resistance to anti-inhalant appeals. *Psychology of Addictive Behaviors*, 21, 516-524.
- EMCDDA (2002). *Early-warning system on new synthetic drugs. Guidance on implementation*. Lissabon: EMCDDA.
- Gelders, D. (2010). Communicatieplanning: kernelementen en aandachtspunten. In K. De Pauw & A. Dormaels (Eds.), *Politiepraktijk* (afl. 107, pp. 55-80). Mechelen: Kluwer.
- Gelders, D., Patesson, R., Vandoninck, S., Steinberg, P., Van Malderen, S., Nicaise, P., De Ruyver, B., Pelc, I., Dutta, M., Roe, K., & Vander Laenen, F. (2008). *Waarschuwen voor gevaarlijke drugs: analyse van het early warning system in België*. Gent: Academia Press.
- Goubin, E. (2002). *Tante Mariette en haar fiets. Handboek overheids- en verenigingscommunicatie*. Brugge: Vanden Broele.
- Gray, N., Klein, J., Noyce, P., Sesselberg, T., & Cantrill, J. (2005). Health information-seeking behaviour in adolescence: The place of the internet. *Social Science and Medicine*, 60, 1467-1478.
- Harmsen, F., Woudenberg, F., Elsmann-Domburg, L., & Gutteling, J. (2003). De inzet van maatschappelijke organisaties bij de communicatie over loodhoudend drinkwater. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 31, 227-243.
- Lamkaddem, B., & Roelands, M. (2009). *Belgian national report on drugs 2009, New developments, trends and in-depth information on selected issues*. Brussels: Scientific Institute of Public Health/EMCDDA.

- Van Der Biest, E., & Walckiers, D. (2004). *Early warning system on drugs at public health in Belgium. Progress report 2004-13*. Brussels: Scientific Institute of Public Health/IPH/EPI.
- Vander Laenen, F., & Dewree, E. (2008). Why the prevention of cannabis use does not work: vulnerable young people's analysis. D. Korf (Ed.), *Cannabis in Europe: Dynamics in perception, policy and markets* (pp. 137-154). Berlijn: Pabts Science Publishers.